



Munich Personal RePEc Archive

Social system of the corporation-type: Genesis and functions

Mikhail Kaluzhsky

Financial University under the Government of the Russian
Federation, Omsk State Technical University

15. December 2005

Online at <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/58672/>

MPRA Paper No. 58672, posted 17. September 2014 18:17 UTC

СОЦИАЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ КОРПОРАТИВНОГО ТИПА: ГЕНЕЗИС И ФУНКЦИИ

Калужский МЛ.

Омский государственный технический университет

SOCIAL SYSTEM OF THE CORPORATION-TYPE: GENESIS AND FUNCTIONS

Kaluzhsky M.L.

Omsk State Technical University

Аннотация: Статья о происхождении, развитии и закономерностях формирования корпоративных систем в социальной среде современного индустриального общества. Автор анализирует основополагающие различия между предпринимательскими и корпоративными системами, обосновывая тезис о монополистической природе корпораций в рыночной среде.

Abstract: An article about the origin, evolution and laws of formation of enterprise systems in the social environment of modern industrial society. The author analyzes the fundamental differences between business and enterprise systems, proving the thesis of the monopolistic nature of corporations in the market environment.

Ключевые слова: корпоратизм, корпорация, предпринимательство, корпоративная система, социальная организация, социальная система, корпоративные отношения, социальное управление, Общая теория систем, корпоративная среда, корпоративное управление.

Keywords: corporatism, corporation, business, corporate system, social organization, social system, corporate relations, social management, general systems theory, corporate environment, corporate governance.

Социальные системы корпоративного типа являются самостоятельным видом социальных систем. Им присущи особые видовые признаки, факторы и даже отдельные закономерности развития в рамках родо-видовых социальных, отношений. Главный признак корпорации – легитимная монополизация хозяйствующим субъектом высокорентабельной сферы экономической жизни общества [5, с. 249]. Исторически происхождение корпораций также было связано с предоставлением кому-либо монополии на определенный вид услуг, некий участок земли или с какой-то другой особой привилегией [7].

Существует множество трактовок понятия корпорация. Нас же интересует не сами корпорации, а олицетворяемая ими система социальных отношений с присущими ей корпоративными ценностями, интересами и потребностями, т.е. все то, что принято называть **корпоратизмом**. Поскольку корпорации преследуют, прежде всего, экономические цели, то для трактовки термина обратимся к экономическому словарю [2, с. 276]:

Корпоратизм – система организации деятельности, при которой ведущая роль и регламентирующая власть принадлежит объединенным профессиональным организациям работодателей или наемных работников.

Таким образом, и в нашем случае и в общепринятой практике данный термин применяется для обозначения **социальных** взаимоотношений в экономических субъектах (организациях) независимо от форм государственного и социального устройства. Механизм действия социальной системности на корпоративном уровне описан американским философом, профессором Нью-Йоркского университета Ф. Ландбергом. Он разделил и противопоставил два понятия рыночной экономики «**свободное предприятие**» и «**корпорация**» [6, с. 359-364].

Свободные предприятия образуют предпринимательскую среду. Они относительно однородны, у них недостаточно собственных ресурсов и они часто разоряются. Это те, кто принимает на себя всю тяжесть экономических кризисов и природных катаклизмов, те, кого обманывают и искусственно банкротят. Иначе говоря, это те, кто действует там, где-либо еще нет больших прибылей, либо их уже нет.

Вопреки часто встречающемуся мнению, социальная система корпоративного типа – это не усредненное абстрактное предприятие, представленное в современной экономической теории. Беда нашей экономической теории заключается в том, что она изучает идеализиро-

ванный рынок и совершенную конкуренцию – т.е. корпоративную среду, а не корпоративные системы. В экономической литературе приводится пять условий такой «совершенной» конкуренции [10, с. 156]:

- каждый участник рынка мал относительно рынка в целом;
- продукция однородна и одинаково востребована;
- покупатели не зависят от ценообразования;
- продавцы не взаимодействуют между собой;
- нет препятствий для появления на рынке новых равноправных участников.

В целом это определение того же порядка, что и «общество равных возможностей» или «равенство всех перед законом». Наилучшим образом этому стереотипу соответствуют бабушки, торгующие семечками в подземных переходах.

Американский экономист Дж. Гэлбрейт отмечает по этому поводу: *«Факт нежелательного с социальной точки зрения использования организациями власти в их собственных интересах, таким образом, как злой дух изгоняется или его почти удается изгнать из формальной экономической мысли»* [3]. Это значит только одно – мы имеем дело с корпоративной идеологией. Причем, формирование этой идеологии, по сути, еще одного химерического творения социальной действительности, объясняется объективной необходимостью в социализации общества.

Сами корпорации выступают в качестве социальных систем. Они не только олицетворяют собой системную организацию, но и активно формируют условия функционирования рынка. Корпорации настолько срослись с системой государственного управления и обладают настолько большими организационными и финансовыми ресурсами, что им не грозит ни банкротство, ни иные риски. Ф. Ландберг отмечает: *«Трудно с уверенностью сказать, чем именно занимается ... корпорация, кроме извлечения прибыли. ... И если их продукция не приносит большей прибыли, они тут же переключаются на выпуск других товаров. Почти все они являются холдинговыми, а не промышленными, как думают многие, компаниями»* [6, с. 374].

У этого явления есть и экономическое (т.е. ресурсное) объяснение. Крупнейшие корпорации во всех странах мира обладают несравненно большими возможностями (например, бюджетом), нежели местные и даже федеральные власти. Ф. Ландберг приводит пример, когда годовой доход корпорации «АТ&Т» превышает бюджет трех крупнейших штатов США. Но и в России нефтяные и сталелитейные гиганты уже давно переросли региональные рамки, им принадлежат банки, медиа-холдинги, прочие элементы социальной инфраструктуры [6, с. 363].

Вопреки марксистской теории двигателем корпоративного развития не является стремление к получению прибыли. Это было бы слишком примитивно. Конкуренция также вряд ли является здесь решающим фактором, поскольку на уровне корпоративных систем конкуренции как таковой давно уже нет. Ее похоронили при помощи «разводнения капиталов» и олигополистических сговоров. Американский философ Дж. Бернхем в своей монографии «Менеджерская революция» прямо пишет о том, что корпоративные социальные отношения могут быть названы *«типом корпоративной эксплуатации... Менеджерская группа эксплуатирует остальное общество»* [1, с. 82].

Так что же есть в действительности? Для того чтобы ответить на этот вопрос, разберем сущность понятий «прибыль» и «издержки». Прибыль с точки зрения системности – это ресурсы, изымаемые у кого-либо корпоративными системами за счет использования преимуществ их собственной социальной организации. Соответственно, издержки – это ресурсы, передаваемые кому-либо корпоративными системами в счет компенсации недостатков их собственной организации. Сегодняшние издержки отчасти являются залогом прибыли будущих периодов.

В социальной жизни общества наблюдается непрекращающийся кругооборот ресурсов. Ресурсы, выведенные из кругооборота, ни только не прибыльны, они убыточны. Прибыль возникает лишь там, где есть дисбаланс между наличием чего-либо и потребностью в этом. Поэтому глубинная сущность корпоративной системности заключена не в стремлении к прибыли или в конкуренции. Ее следует искать в искусственном формировании и поддержании описанного дисбаланса. Именно дисбаланс спроса и предложения является причиной сверх-

высоких доходов корпораций. И именно монопольный характер их социальной организации (т.е. системная уникальность) не позволяет конкурировать с ними ни обществу, ни предпринимательским структурам.

Соответственно, территориальные власти не только не влияют на деятельность корпораций, но и сами находятся под их влиянием. Мало того, на высшем уровне социального управления происходит переход капиталов между социальными системами корпоративного и территориального типов, а также переток кадров и стирание граней между социальными элитами. *«Это – сверхбизнес, – пишет Ф. Ландберг, – где демаркационная линия между внутренним правительством и высшим бизнесом настолько стерлась, что стала неразличимой. Здесь речь идет не о заключении обыкновенных сделок, а о концессиях, протекторатах и сферах влияния»* [6, с. 616].

Так, именно корпорации определяют, кто победит на региональных и местных выборах и насколько бездефицитным будут бюджеты территорий. В этом заключается главное отличие корпораций от обычных хозяйствующих субъектов: **корпорации – это закрытые самодостаточные образования (т.е. системы), вышедшие за рамки государственного и, тем более, муниципального управления.**

Поэтому корпорация настолько же несопоставима с обычным хозяйствующим субъектом рыночных отношений, насколько человек не сопоставим с животным, а министерство финансов не сопоставимо с обществом любителей книги. Отождествлять корпорацию с рыночным предпринимательством так же абсурдно, как отождествлять народ с правительством. В качестве некоторых признаков социальной системы корпоративного типа можно выделить:

- холдинговый принцип хозяйственной организации;
- сосредоточение корпоративной власти в руках узкой группы лиц;
- отраслевой или территориальный монополизм;
- извлечение сверхприбыли, не сопоставимой с обычной прибылью хозяйствующих субъектов и др.

У перечисленных выше явлений социальной действительности есть соответствующие последствия:

- сращивание корпоративной элиты с территориальной элитой;
- прямое наследование системных преимуществ;
- внеконкурентный доступ к общественным ресурсам;
- правовая независимость (неподсудность, уход от налогов) и т.д.

Взаимоотношения корпоративной системы (элиты) и общества также складываются далеко не однозначно. Корпоративные элиты рассматривают общество как источник и средство приобретения ресурсов (власти, организации).

Однако дело тут не только в аморальности корпоративной элиты общества. Это отражает реальную ситуацию в ее взаимоотношениях с обществом и функциональной элитой. *«Поведение деятеля корпорации – пишет Ф. Ландберг, – свидетельствует, что он подсознательно придерживается убеждений, которые никогда не высказывает, а именно что это его рынок, на котором действуют его вассалы в виде его клиентов и его работников, и что правительственные чиновники – это его чиновники»* [6, с. 187].

Общество и государство обеспечивают условия жизнедеятельности корпоративных систем. И корпоративные элиты вынуждены прилагать значительные усилия для сохранения сложившихся отношений. По отношению к обществу данный процесс называется социализацией. В корпоративных системах социализация производится теми же методами и по той же схеме, как это делают иные социальные элиты (административная, политическая, религиозная и пр.). Во внешней среде проводятся регулярные PR-акции на тему о «социально ответственном бизнесе», а во внутренней среде ведется работа по замещению этнических ценностей корпоративными.

В этой связи весьма показателен тот факт, что наиболее преуспели в социализации внутренней среды корпоративные элиты Японии, одной из самых ведущих в экономическом отношении стран. Известный японский специалист в области менеджмента, профессор университета г. Цукуба Я. Монден прямо пишет: *«Чтобы достичь эффективности всей экономи-*

ческой системы, в обществе, где нет других преград, необходимо преодолеть излишний индивидуализм» [8, с. 161].

Однако не только корпоративные элиты диктуют условия остальным членам общества, но и общество влияет на деятельность корпоративных систем. Особенностью корпоративных систем, отличающей их от других видов социальных систем, является практически полное отсутствие в них деспотизма. «... в индустрии и коммерции деспотизм не прививается, – отмечает С.Н. Паркинсон. – Иногда, правда, возникают деспотические корпорации, но они и кончают подобно деспотиям, то есть разваливаются со смертью властителя» [9, с. 133]. Причина этого заключается в локальности социального контроля в корпорациях, в отличие, скажем, от государства. Сотрудники корпораций могут в любой момент уволиться, а потребители обладают еще большей свободой.

Жестокость и диктат корпоративных элит проявляются в конкурентной борьбе. В качестве главного объекта притеснений выступают предпринимательские рыночные структуры. Именно они принимают на себя весь риск технологических новаций и именно их в случае успеха безжалостно разоряют и поглощают корпорации. Тат же С.Н. Паркинсон по этому поводу пишет: «Деловой мир <корпорации – К.М.> можно уподобить джунглям с деревьями, сосущими соки из земли, и лианами, душащими деревья; или полю с пчелами бизнеса, опыляющими махровые цветы компаний; или, наконец, саду, в котором вызревают плоды технического прогресса и кормятся паразиты» [9, с. 147].

При этом корпорации стремятся свести свои налоговые отчисления к минимуму и даже к нулю. Тогда как в любой, даже в самой рыночной экономике, предпринимательские структуры служат в первую очередь для снижения социальной напряженности в обществе и для самозанятости населения. Иными словами, основное социальное предназначение малого бизнеса сводится к отвлечению внимания общества от системного присвоения его ресурсов.

Вместе с тем, только в США около 99% предприятий относятся к малому бизнесу. При этом из 600 тысяч ежегодно создающихся предприятий половина разоряется в течение 18 месяцев с момента создания. Малый бизнес традиционно находится на острие технического прогресса. Он зарабатывает свою прибыль за счет упорного труда в условиях жесткой конкуренции, тогда как крупные корпорации делают это за счет монополизации рынка и социального монополизма.

Идеологически между ними ставится знак равенства. Однако первые никогда не станут вторыми, а вторые никогда не уступят часть своего могущества первым. Парадокс заключается в том, что любой «рыночный производитель» потенциально может перейти в разряд «корпоративных присвоителей». Обратная ситуация встречается гораздо реже, поскольку корпоративная организация подразумевает своеобразный «естественный отбор», в результате которого остаются наиболее заинтересованные претенденты.

Еще хуже обстоит дело в тех сферах общественной жизни, где общество не способно повлиять на деятельность корпораций. Эти отрасли (здравоохранение, образование, медицинское обслуживание и др.) являют значительный контраст даже в самых социально развитых странах мира. «Когда рассматриваешь положение корпораций, – отмечает Ф. Ландберг, – страна кажется чрезвычайно здоровой. Но лишь стоит обратиться к образованию и здравоохранению, ограничившись в качестве примера этими двумя областями, как перед вами внезапно возникает картина бедности, попрошайничества и неуверенности» [6, с. 56]. Описанный контраст является лучшим примером, характеризующим сущность корпоративных систем.

С деятельностью крупных корпораций связано огромное количество мифов. Так, например, принято считать, что корпорации находятся на острие научно-технического прогресса. Это не совсем так. Они не заинтересованы в технологических прорывах и внедряют технические новинки лишь в случае, когда не остается иного выхода. Причина в том, что любая технологическая перестройка несет с собой дополнительные затраты связанные с перевооружением производства, продвижением продукции, переподготовкой персонала и т.д. Тогда как выгоды от этого далеко не всегда очевидны.

Проблема еще и в том, что по данным американской статистики в корпоративной элите (которая тоже делится на системную и функциональную) полностью отсутствуют ученые и специалисты, за исключением немногих врачей, обслуживающих верхушку общества, и высших инженеров, занимающих административные посты. Что вполне естественно, поскольку в большинстве корпораций доминирует административная элита, вытравляющая из сотрудников любую самостоятельность.

Поэтому корпоративные отношения отнюдь не стимулируют изобретательскую деятельность, как это принято считать. Любые внешние новации в корне противоречат интересам корпоративных элит, поскольку несут в себе угрозу стабильности их положения. При этом корпоративная организация являет собой благоприятную среду для расцвета промышленного шпионажа и удушения независимых исследований.

Открытие в современном мире перестает принадлежать автору с того момента, как о нем станет известно. Для этого каждая крупная корпорация содержит огромный штат специалистов. О масштабах подобной деятельности свидетельствует и то, что, к примеру, только одна американская телефонная корпорация «АТ&Т» обладает сетью экономического шпионажа численностью в 20 тыс. сотрудников. Одновременно подобная деятельность осуществляется и на уровне государств. Например, японская организация ДЖЕТРО через 78 филиалов в 57 странах собирает информацию о промышленности, технологиях, новых товарах, конъюнктуре рынка и т.д. Тем же самым занимались органы госбезопасности в СССР, КНР, ЦРУ США и др. [4, с. 30].

Изобретатель может сделать фундаментальное открытие и произвести переворот в технике, но воспользоваться плодами своего открытия он не сможет. Это сделают за него корпорации. Изобретателю остается либо смириться с этим, либо долго и упорно судиться, а затем покончить с собой, как это сделал профессор Э.Х. Армстронг в 1954 г. – суть явления останется неизменной. Было бы наивно считать, что доминирующие в экономической сфере жизни общества корпоративные монстры будут считаться с интересами фактически бесправных одиночек.

В бывшем СССР, как и других тоталитарных государствах (КНР, КНДР и др.) главная проблема всегда заключалась в незаинтересованности предприятий во внедрении изобретений. Однако количество изобретений было огромным, поскольку изобретательская деятельность была востребована на государственном уровне.

В рыночной экономике ситуация обратная. Изобретения широко востребованы на корпоративном уровне, но не востребованы сами независимые изобретатели. Типичный пример из российской действительности: на Омском нефтезаводе за изобретение или рацпредложение полагается разовая премия в размере до 50% оклада, после чего все права на них переходят к компании «Сибнефть». И это несмотря на действующее законодательство. Недовольные могут искать себе работу на другом нефтезаводе...

Отсюда вывод: ***социальная система корпоративного типа позволяет доминирующей общности легитимно присваивать ресурсы и информацию общества.*** В этом и заключается причина и потребность социальной системности на корпоративном уровне, а никак не в таких идеологических химерах, как «социальная ответственность» или «патриотизм».

Общая тенденция социального развития на корпоративном уровне достаточно четко выражена, поскольку передовые страны Запада являют нам весьма показательный пример, который подтверждает российская действительность. Вывод здесь может быть лишь один: поскольку корпоративная форма социальной организации является самой конкурентоспособной формой экономического поведения, в ближайшее время альтернативы ей не предвидится. Тенденция достаточно закономерна, ясна и определённа.

Библиографический список

1. Burnham J. Managerial Revolution. – New York, 1941.
2. Большой экономический словарь. – М.: Институт новой экономики, 1997.
3. Гэлбрейт Дж.К. Экономические теории и цели общества. – М.: Прогресс, 1979.

4. Духов В.Е. Экономическая разведка и безопасность бизнеса. – К.: ИМСО МО Украины, НВФ «Студцентр», 1997.
5. Калужский М.Л. Методологические основы анализа системных противоречий общественного развития. – Омск: ОмГАУ, 2000.
6. Ландберг Ф. Богачи и сверхбогачи: О подлинных правителях Соединенных Штатов Америки. – М.: Прогресс, 1971.
7. Лоуи Т. Глобализация, государство, демократия: образ новой политической науки // Политические исследования. – 1999. – № 5. – С. 108-119.
8. Монден Я. "Тоёта": методы эффективного управления. – М.: Экономика, 1989.
9. Паркинсон С.Н. Законы Паркинсона. – М.: Прогресс, 1989.
10. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. – М.: Дело, 1993.

Опубликовано: Калужский М.Л. Социальные системы корпоративного типа: генезис и функции / Становление и развитие рыночных отношений в регионе: Материалы межд. научно-практич. конференции. – Омск: Омский ф-л ВЗФЭИ, 2005. – С. 71-74. – ISBN 5-87367-009-9. (Доступна [электронная версия](#)).